

# Les Indications géographiques: comment peuvent-elles lutter contre la pauvreté en milieu rural?

---

Libreville, Gabon, 13 décembre 2010

**Conseil d'administration de l'Organisation africaine de la propriété  
intellectuelle (OAPI)**

Didier CHABROL, CIRAD, UMR Innovation & Assistant technique PAMPIG

# « Indications géographiques »?

---

- *« des indications qui servent à identifier un produit comme étant originaire du territoire, ou d'une région, ou localité de ce territoire, dans les cas où une qualité, réputation ou autre caractéristique déterminée du produit peut être attribuée essentiellement à cette origine géographique; »*
- La protection d'un nom (pas d'un produit)
- Un outil permettant la différenciation et l'identification d'un produit, au service d'un marketing de l'origine
- Pas une solution à tous les problèmes dans toutes les situations
- 10000 IG dans le monde

# Enjeux et importance des IG

---

- « un outil de **développement** rural capable de servir les intérêts commerciaux et économiques tout en préservant les **valeurs locales** telles la **tradition culturelle**, **l'environnement**, et en permettant **la participation** du plus grand nombre. » (ITC, 2009)

# Maroc : huile d'argane

---

- Le prix a été multiplié par 10 en 15 ans
- Réputation sans protection : DANGER!
  - -> fraude et usurpation
  - -> délocalisation de l'extraction
  - -> perte du nom
  - -> risque que les productrices ne bénéficient pas de la valeur ajoutée
- IG (cahier des charges, organisation...)
- 1ère IG Afrique et monde arabe

# Cambodge: Le poivre de Kampot

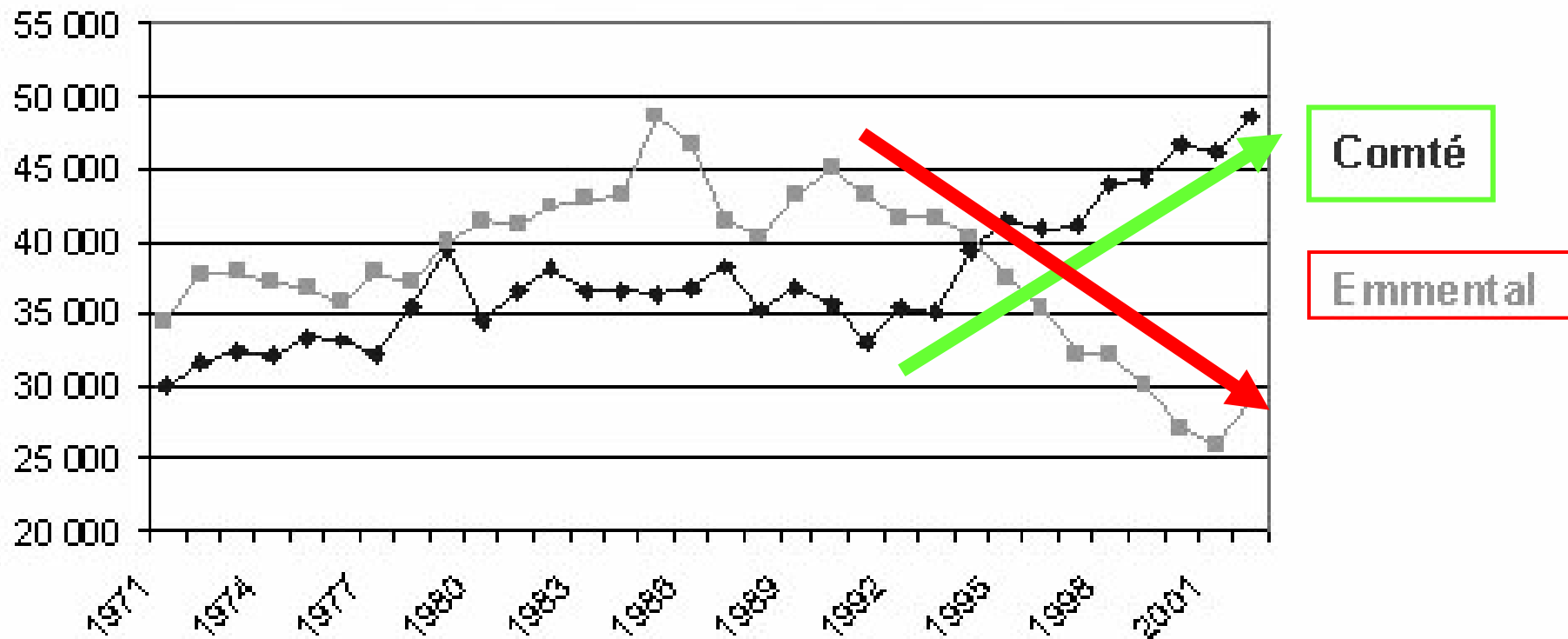
---

- Dynamique de qualité
- Structuration de la filière (organisations de producteurs, association de promotion)
- Protection contre les usurpations

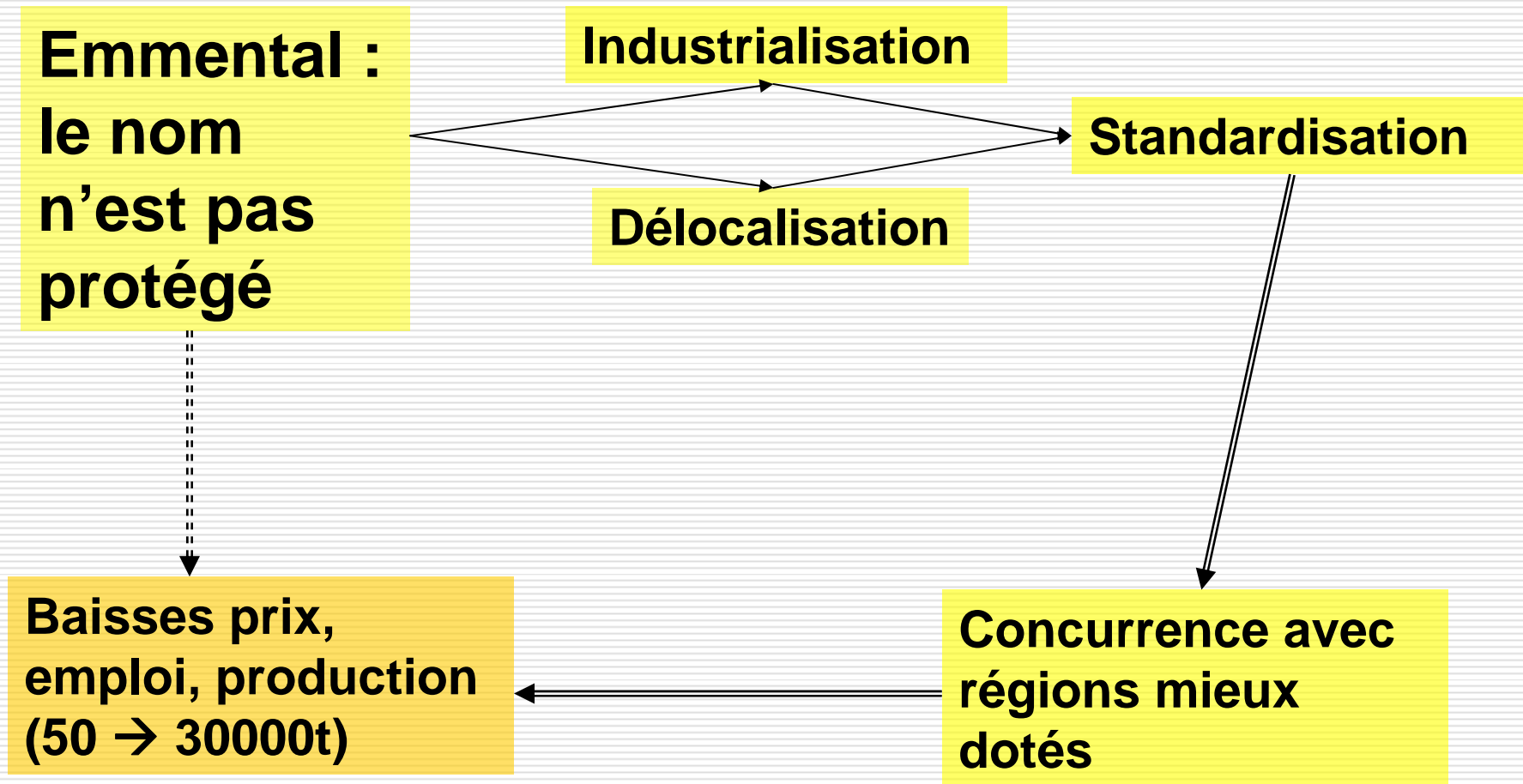
Prix au kilo→	En US\$	FCFA	Base 100
Poivre noir « de Kampot » IG certifié	5,5	3608	183
Poivre noir tout venant	3	1968	100

*Prix d'achat du poivre de Kampot (2009-2010) (Source: François, 2010)*

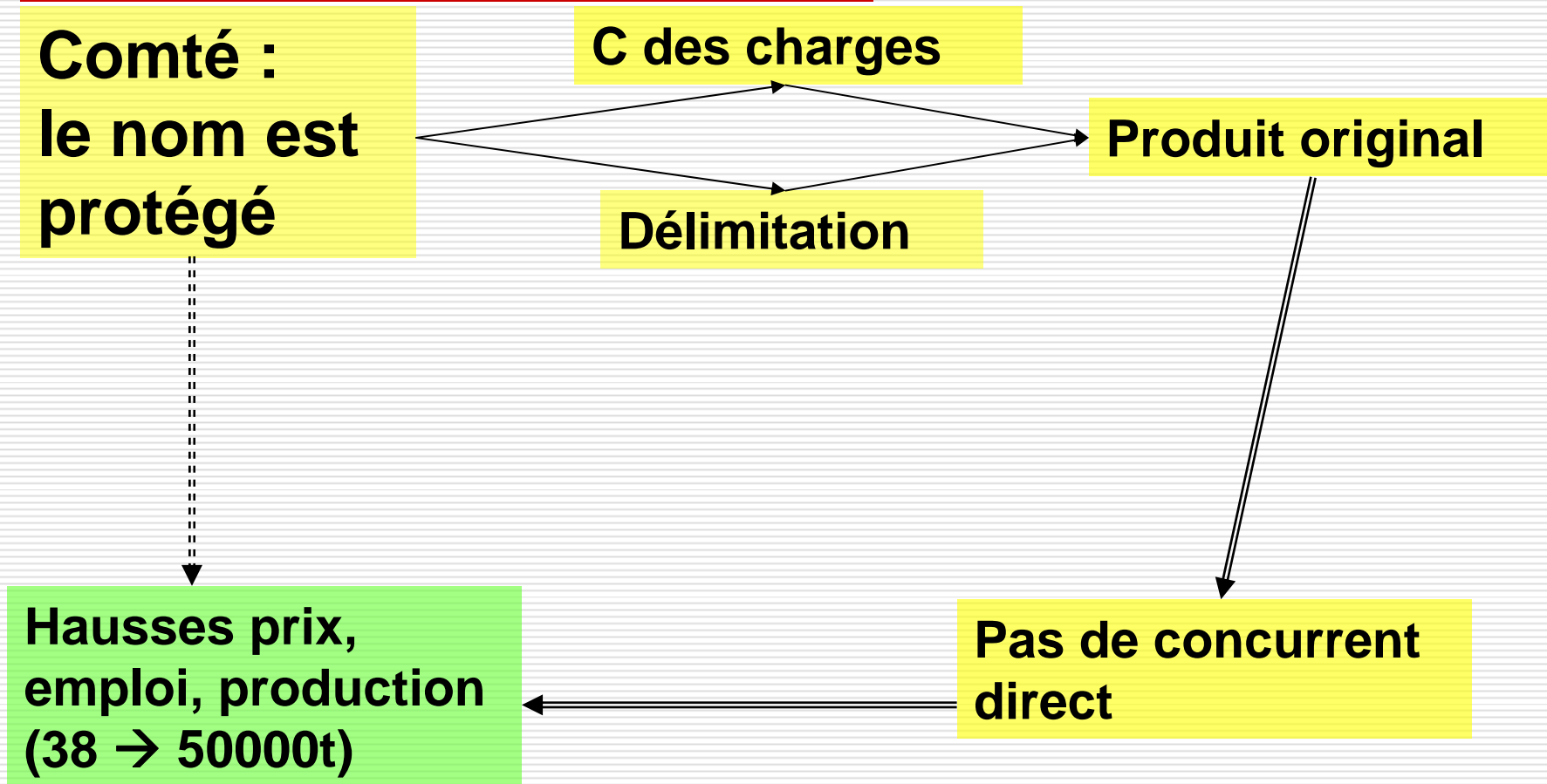
# Franche Comté, deux fromages



# Une région, deux fromages



# Une région, deux fromages





# Café de Colombie

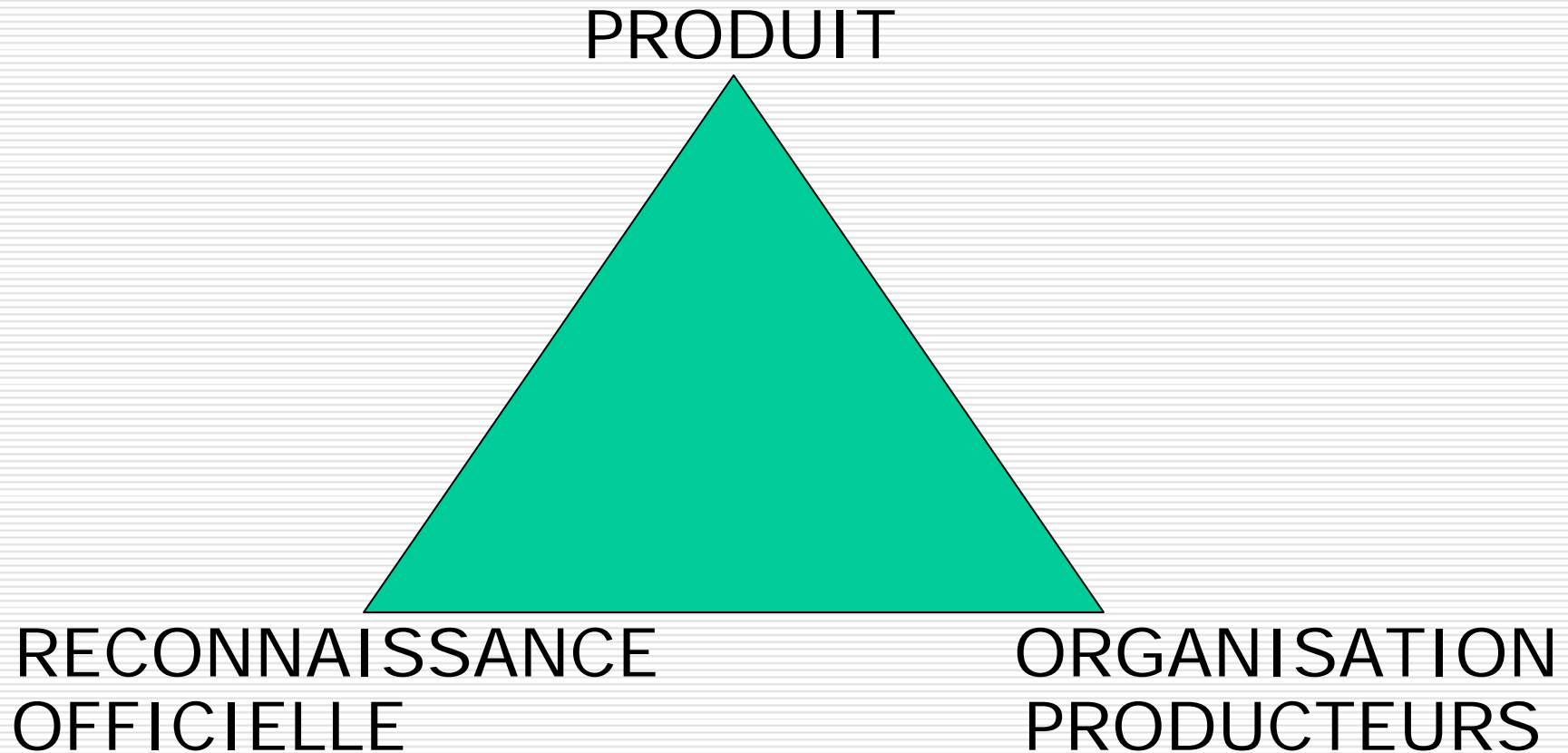
---

- ❑ F N C depuis 1927, 560 000 membres, défend producteurs
- ❑ Recherche qualité
- ❑ Marketing de l'origine au moyen de marques
- ❑ → prix = +10-15% cours mondiaux
- ❑ *IG en Colombie fév 2005, en Europe en 2007*



# Trois composantes

---



# Indication géographique : conditions requises du produit

---

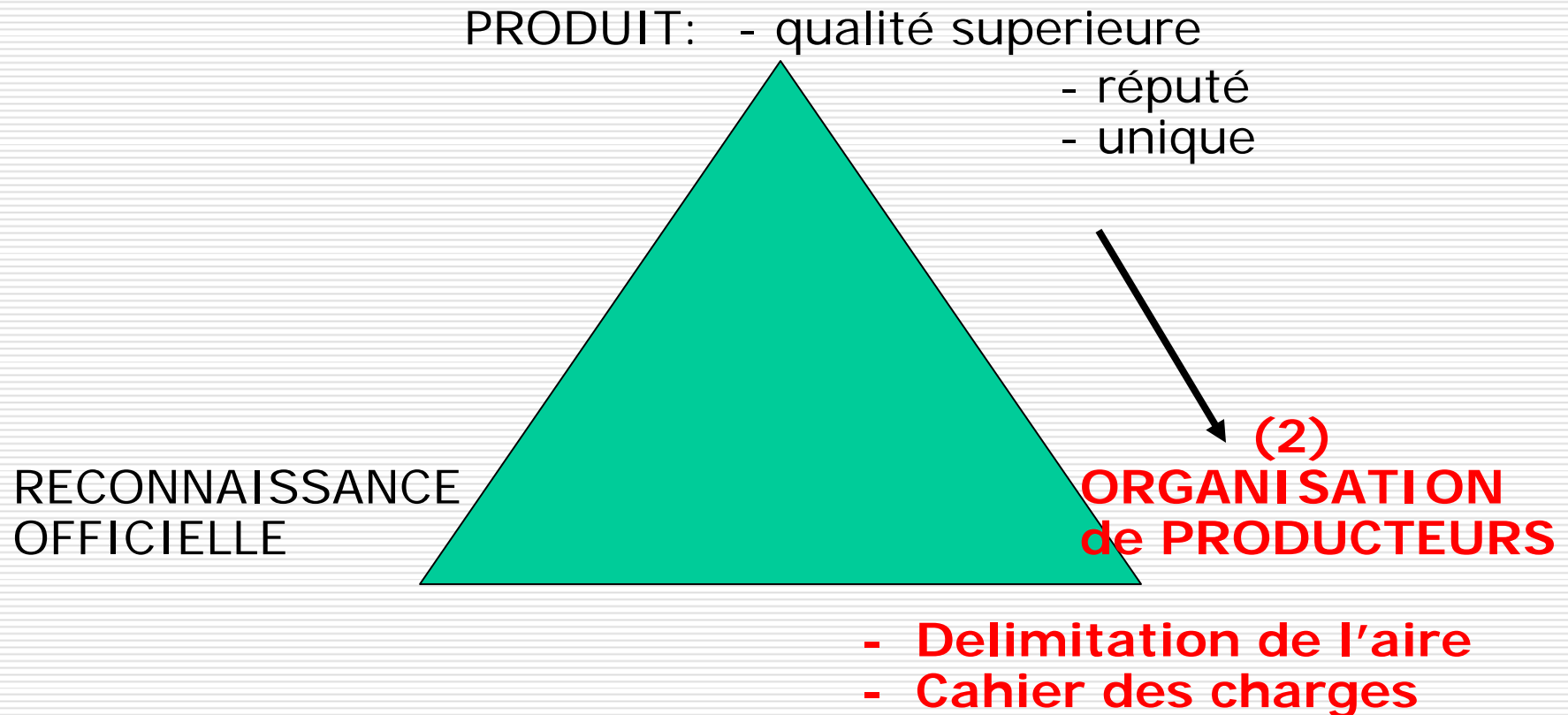
**(1) PRODUIT:** - qualité supérieure  
- réputé  
- unique

RECONNAISSANCE  
OFFICIELLE

ORGANISATION  
de PRODUCTEURS

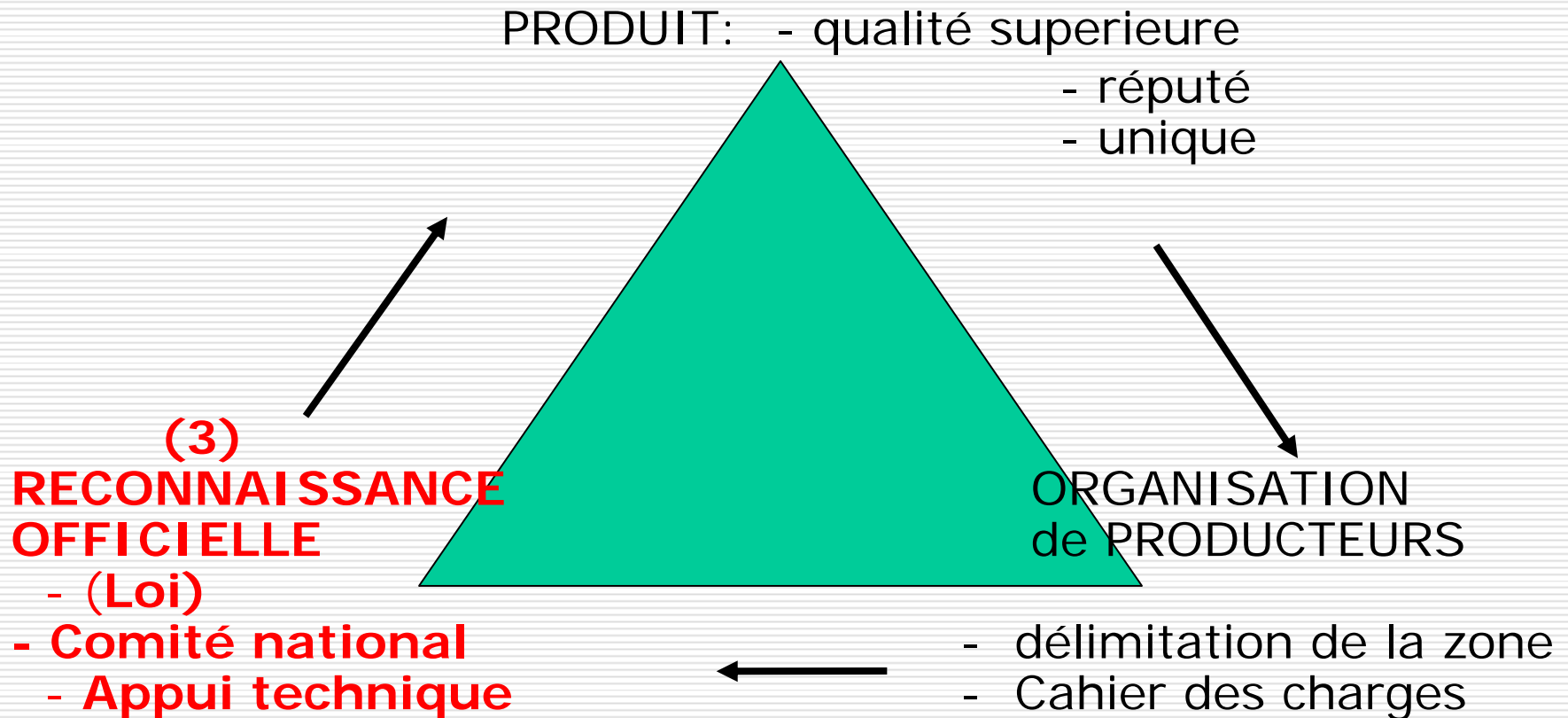
# Indication géographique : conditions requises des producteurs

---



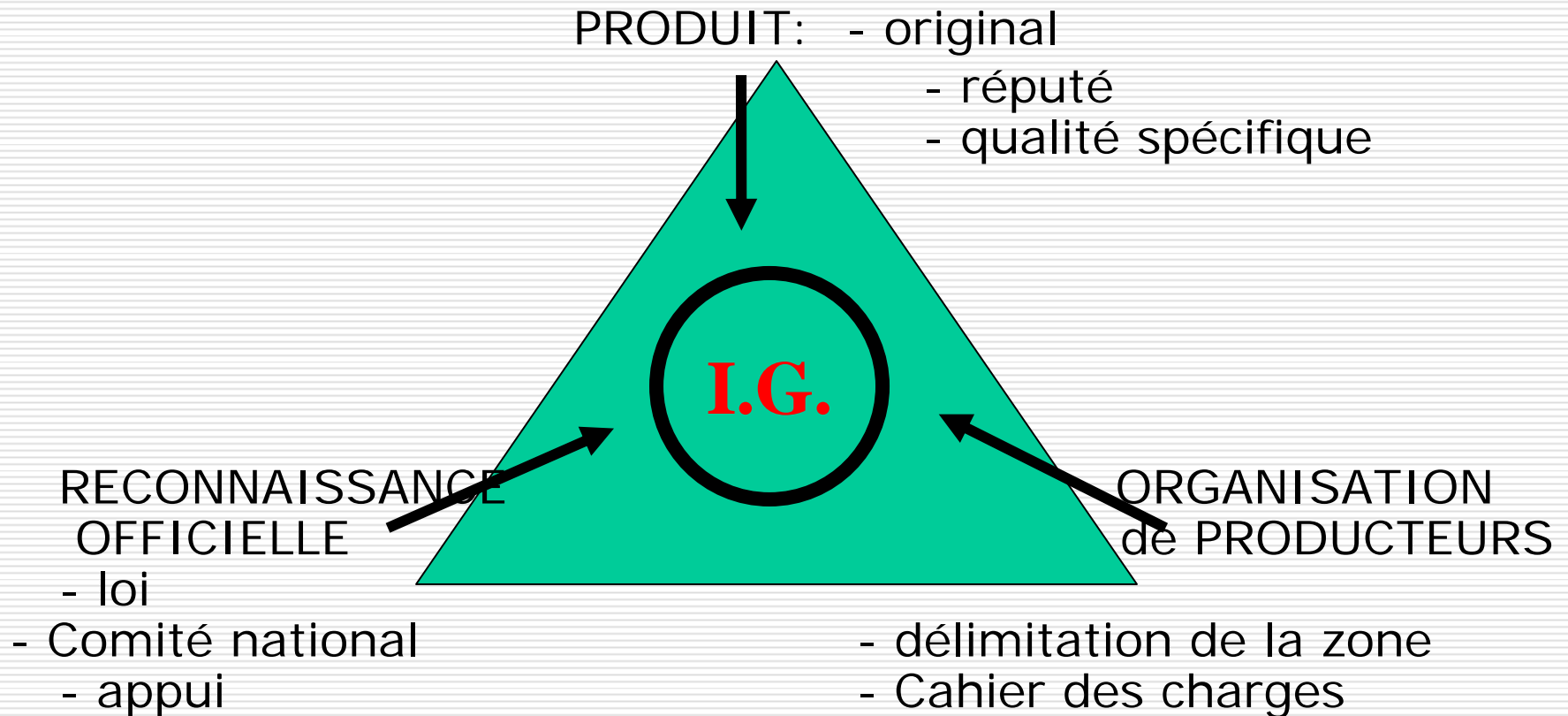
# Indication géographique : conditions requises de l'Etat

---



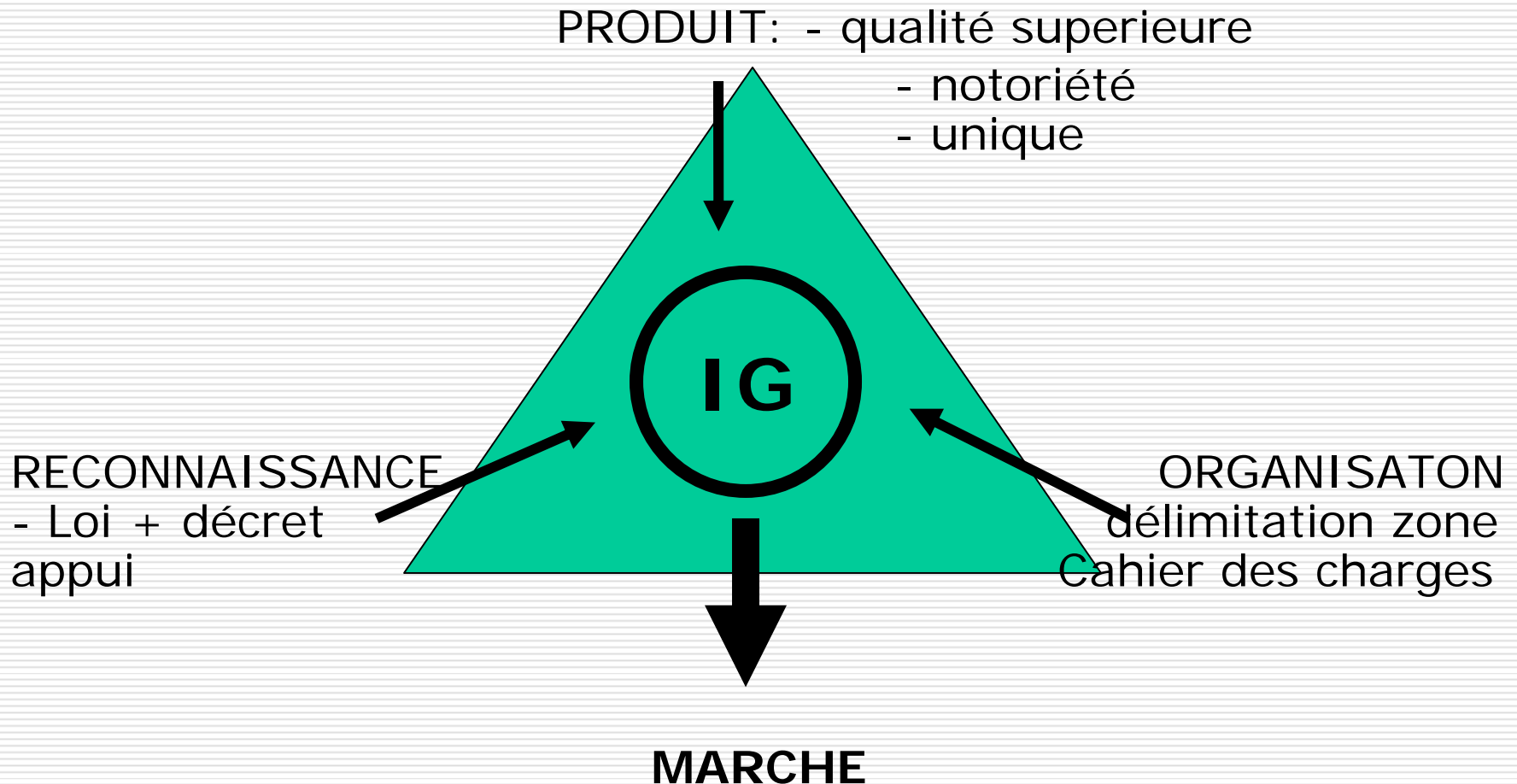
# Les conditions sont réunies pour une IG

---



# IG : passeport pour le marché

---



- 
- ❑ Opportunité unique de promouvoir produits « de terroir » (qualité liée à la tradition, la culture, la zone de production)
  - ❑ Petite ou grande échelle
  - ❑ Marchés développés de plus en plus sensibles à l'origine
  - ❑ Protection forte sur certains marchés étrangers tels que l'UE



# Rôles des Etats

---

- ❑ Compléter OAPI / Pampig par Comité nationaux des Indications géographiques, capacités techniques permanentes, et procédures d'examen

# Rôles des Etats

---

- ❑ Faciliter réalisation inventaire de produits susceptibles d'être protégées
- ❑ Participer négociations internationales
- ❑ Mettre en avant IG auprès des bailleurs de fonds

# Je vous remercie!

---